

UNIVERSIDAD EAN

MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS HABILIDADES DE DIRECCIÓN Y GESTIÓN FINANCIERA

GUIA No. 1
FUNDAMENTOS DE FINANZAS

ACTIVIDAD 3
INFORMACIÓN FINANCIERA DE LA EMPRESA Y PENSAMIENTO INTEGRADO

Autores:
DANNA CAROLINA VELASCO
CARLOS ALBERTO COTE
CESAR HERNNAN SAAVEDRA
RUBY ANDREA PACHECO

Tutor:
FELIZ HERNANDEZ DE ALBA

BOGOTA, D.C. 20 DE FEBRERO DE 2022

TABLA DE CONTENIDO

LISTADO DE TABLAS

LISTADO DE ILUSTRACIONES

1. RESUMEN

En el siguiente trabajo de investigación se presenta una revisión de los conceptos de pensamiento estratégico y reporte integrado, como herramienta para realizar un uso adecuado y eficiente de los capitales disponibles en búsqueda de la sostenibilidad y la generación de valor para las empresas.

Para este trabajo, se escogió la empresa Koba Colombia S.A.S para realizar dos ejercicios, en el primero de ellos se abordó el concepto de pensamiento integrado y la actividad de elaborar periódicamente reportes integrados, para representar de manera gráfica, cómo la incorporación de estos conceptos puede mejorar la gestión de la empresa y la sostenibilidad de la misma.

En el segundo ejercicio se realizó una investigación de información de la empresa Koba Colombia S.A.S, valiéndose de fuentes secundarias como EMIS, Valorem, manuales de políticas y procedimientos internos de la empresa, así como reportes de sostenibilidad, para elaborar los tres primeros componentes del reporte integrado de esta empresa: generalidades de la empresa, gobierno corporativo y modelo de negocios.

Finalmente se presentan algunas conclusiones del trabajo realizado.

Palabras Claves: Pensamiento integrado, Reporte Integrado, estrategia, generación de valor, Modelo de negocio, Gobierno corporativo.

2. REPRESENTACIÓN: PENSAMIENTO INTEGRADO Y REPORTES INTEGRADOS

Se escoge Koba Colombia S.A.S dado que al buscar en las bases de datos de EMIS, encontramos que cuenta con buena información financiera, por parte del equipo no fue posible conseguir una compañía PYME ya que la mayoría trabaja con compañías grandes o que no comparten dicha información, por ende, Koba Colombia S.A.S será la empresa para el desarrollo de toda la actividad grupal, cuyo contexto empresarial será descrito en los siguientes apartados.

Después de realizar una revisión detallada del concepto de pensamiento integrado y su aplicación en la elaboración de informes integrados, es claro que el pensamiento integrado, se basa en una visión holística de la organización (Abeysekera, 2013; Feng, Cummings, & Tweedie, 2017; Knauer & Serafeim, 2014; Moolman, Oberholzer, & Steyn , 2016) que exige la comprensión de las complejas relaciones entre la empresa y su entorno, considerando las relaciones entre las unidades organizativas y los capitales, y que apoye la toma de decisiones, para enfocarla hacia la creación de valor en el corto, medio y largo plazo (Melloni, 2015; NIBR, 2020; Oliver, Vesty, & Brooks, 2016; Dumay & Dai, 2017). La conectividad de la información es un principio básico para poder alcanzar un PI (Ruiz & Tirado, 2016).

Con base en el entendimiento de la biografía consultada se realizó un esquema grafico relacionado en la siguiente ilustración, que contiene las dimensiones que debe tener en cuenta Koba Colombia S.A.S para lograr implementar un pensamiento integrado y como estas deben interactuar con la estrategia del negocio y la creación de valor.

Según Tirado *et al* (2014), para hacer el pensamiento integrado algo

más operativo se deben tener en cuenta 5 dimensiones:

Tabla 1. Dimensiones del pensamiento Integrado

1. Conectividad	Conexiones, interrelaciones y dependencias entre los elementos que son relevantes para la capacidad de la organización de crear valor a lo largo del tiempo.
2. Enfoque externo	Identificación de los aspectos relevantes del entorno, así como de las tendencias. Integración de todos los elementos que inciden en el proceso de creación de valor, de cara al cumplimiento de las expectativas de los stakeholders
3. Planificación Integrada	Fijación de objetivos, identificación de los asuntos materiales, gestión de riesgos y oportunidades, medición del rendimiento, alineados con la estrategia y las perspectivas futuras.
4. Gobernanza	Compromiso de la organización y liderazgo de la dirección. Evidencias sobre la credibilidad de la información
5. Comunicación integrada	Información concisa, comprensible y conectada.

Tomado de: (Tirado Valencia, Cordobés Madueño, Ruiz Lozano, & Lama, 2018).

Como parte de la filosofía de pensamiento integrado se propone que la empresa tenga claramente definido:

- Los seis capitales empresariales (financiero, manufacturero, industrial, intelectual, social y relaciona, natural)
- Las correspondientes interrelaciones con los diferentes grupos de interés entre ellos el entorno externo, pero también las necesidades internas definidas en el modelo de negocio a través de

las actividades desarrolladas.

- Adicional a ello teniendo en cuenta elementos de gobernanza tales como la misión, visión, propósito, perspectivas, riesgos y oportunidades y desempeño, declaración de principios éticos/código de conducta, compromiso con la sostenibilidad.
- Todas estas interrelaciones deben enfocarse al principal propósito del pensamiento integrado que es la creación de valor y desempeño organizacional a corto, mediano y largo plazo.

En la siguiente ilustración se representa gráficamente la implementación de un pensamiento integrado y la actividad periódica de elaboración y presentación de reportes integrado en esta empresa.

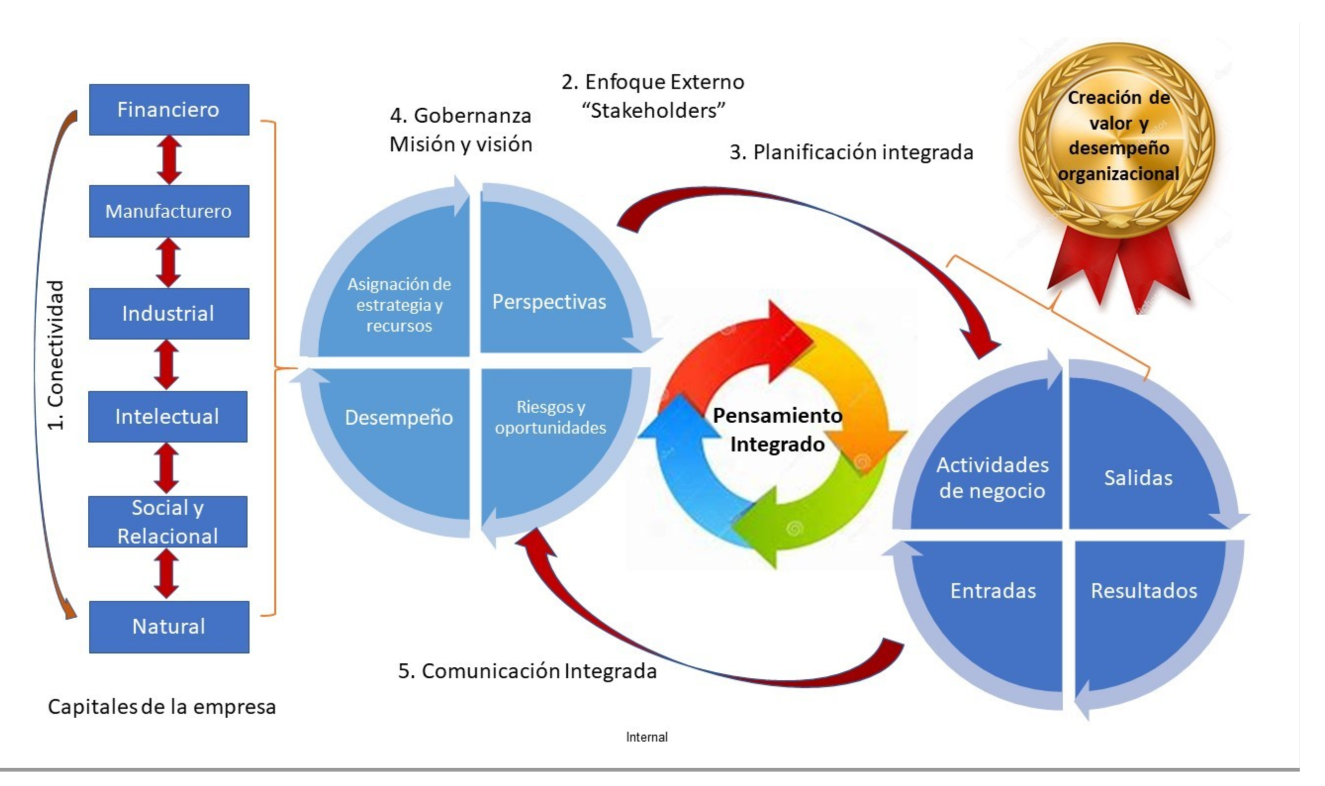


Ilustración 1. Propuesta para implementar el enfoque de pensamiento integrado

Fuente: Elaboración propia, adaptado de (NIBR, 2020).

Se propone la implementación de los reportes integrados, con el fin

de llevar a cabo el pensamiento integrado en la compañía de manera tangible, para dicha implementación se hace necesario tener en cuenta:

1. Revisión de las estrategias y del actual modelo de negocio
2. Participación de un equipo de liderazgo que represente las principales funciones de la empresa y el empoderamiento de los altos directivos
3. Establecer un cronograma de implementación con tiempos y costos para iniciar el proceso de reporte integrado.

Para la implementación del reporte integrado se contemplan tres etapas: inicialmente un análisis de materialidad, seguido de la creación de valor y finalizando con la evaluación de impactos. En la siguiente ilustración se esquematiza la propuesta de implementación del reporte integrado para Koba Colombia S.A.S

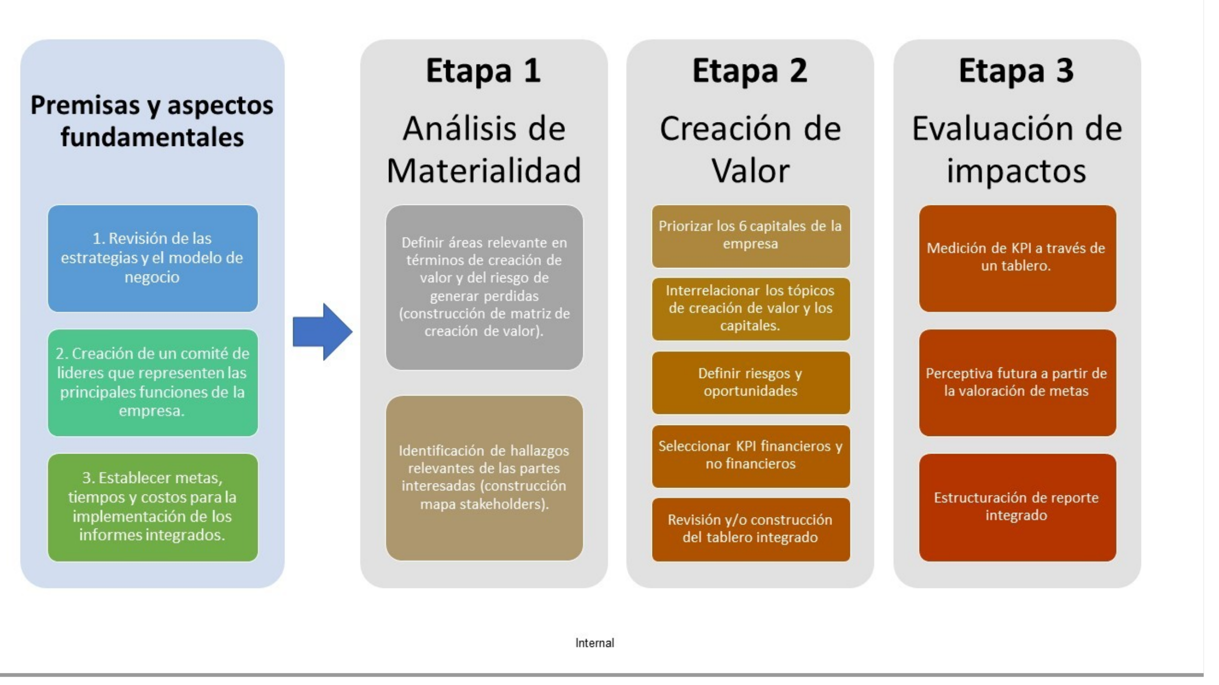


Ilustración 2. Propuesta para implementación del reporte integrado

Fuente: Elaboración propia, adaptado de (NIBR, 2020).

3. REPORTE INTEGRADO EN LA EMPRESA KOBA COLOMBIA S.A.S.

3.1 Descripción general de la empresa

KOBA Colombia S.A.S. es una empresa fundada en el año 2009, se encuentra ubicada en el kilómetro 20 vía sopo- Tocancipá, vereda Canavita, Parque Industrial y Logístico del Norte, dedicada a operar tiendas de descuento D1, con el fin de llevar a cabo un proceso de Control en el desarrollo de los procedimientos de ventas al por menor en el país por parte de dichos establecimientos y aunque es una empresa medianamente joven que hasta ahora se encuentra próxima a cumplir 13 años en el mercado nacional, ha demostrado ser una organización fuerte y consolidada, con expectativas a futuro de continuar buscando un crecimiento en el país que le permita llegar cada rincón de él y de cada Colombiano que abra sus puertas para lograr un abastecimiento de productos necesarios para el día a día de las personas.

Este tipo de tiendas, basadas en un modelo de negocio llamado "Hard Discount", que hace referencia a los grandes descuentos manejados dentro de las mismas, ha tenido un acogimiento bastante grato dentro del país. Dicho modelo de negocio nació más exactamente en Alemania, tras acabar la segunda guerra mundial y como una estrategia de sobrevivencia para los ciudadanos de aquel momento que necesitaban una provisión de alimentos en aquel momento, sin embargo, su poder adquisitivo no era el mejor.

Actualmente, la empresa cuenta con un área encargada de controlar el dinero que entra y sale, gestionar operaciones relacionadas con entidades financieras y además poseer un control entre la proyección y ejecución de los compromisos que conlleve a la realización de pago a proveedores, trabajadores y demás; dicha área lleva el nombre de

tesorería nacional.

La tesorería nacional se crea también con el propósito de llevar un control a nivel general de todas las tiendas creadas alrededor del país, pero, al contar con más de mil tiendas D1, existen también unas organizaciones establecidas en diferentes departamentos del país que reciben el nombre de regionales encargadas de ejercer la administración de un promedio de cien tiendas por regional, verificando que cada tienda cumpla con ciertos estándares como lo es la calidad, el tiempo, y demás. Sin embargo, toda la información obtenida por las once regionales existentes finalmente es verificada y consolidada por el área de tesorería nacional.

Dicho esto, KOBA cuenta con un tipo de sociedad de capitales y se encuentra establecida dentro de un sector económico basado en el retail que abarca la comercialización de productos en cantidades significativas, por supuesto, para una demanda de clientes bastante numerosa.

3.1.1 Misión

Ayuda a contribuir en el ahorro de la canasta familiar con buenos productos a precios bajos.

3.1.2 Visión

Ser una empresa reconocida a nivel internacional por la alta calidad de sus productos a precios bajos.

3.1.3 Valores corporativos

- Integridad
- Gestión simplificada (eficiencia y productividad)
- Disciplina
- Servicio
- Innovación

- Equidad
- Trabajo en equipo

3.1.4 Estrategia

KOBA trabaja con algunos actores estratégicos del gremio para tener un acercamiento con stakeholders alineados con las necesidades y requerimientos de la sostenibilidad, participando en mesas de trabajo relacionadas con nuevas políticas, normatividad y riesgos asociados a corrupción, soborno y demás problemas éticos que afectan o amenazan la transparencia y reputación de la compañía. (SEMANA, 2019).

Liderazgo y buen gobierno

- Koba cuenta con un modelo de negocios innovador en Colombia, siendo la empresa líder en la comercialización de bienes de consumo masivo de alta calidad y a buenos precios
- La empresa está en constante crecimiento, buscando la cercanía con los clientes y conociendo sus preferencias mediante el seguimiento de las ventas y de productos en las tiendas D1
- Koba tiene un enfoque coordinado (de abajo hacia arriba y de arriba hacia abajo) en la gestión de riesgos, que se apoya, entre otros, en programas de: cumplimiento legal (auditorías internas) y su política de aseguramiento de la calidad de los productos, lo que permite la identificación temprana y mitigación de riesgos para el negocio
- Así mismo Koba cuenta con una política anticorrupción y un código de ética y buena conducta para asegurar una gestión transparente de las operaciones

- El modelo de operación se basa en la filosofía de “Mejorar día a día”. (SEMANA, 2019)

Desarrollo humano y bienestar

- Koba ofrece oportunidades de empleo sin discriminación alguna por motivos de raza, sexo o edad. Tiene como objetivo explícito aumentar el empleo de las personas con discapacidad
- Busca mantener un ambiente de trabajo saludable, tratando a los empleados con respeto y equidad
- Koba desea que los empleados se sientan satisfechos, comprometidos y orgullosos de ser parte de la empresa, ofreciendo mejores salarios que el promedio de la industria, Implementa medidas para reconocer el buen desempeño y fomenta la conciliación familiar y laboral
- Busca el desarrollo de su personal priorizando las promociones internas, brindando capacitación contínua y empoderando a su gente
- Se compromete a mantener la cultura de seguridad y salud en el trabajo, actuando más allá de los requisitos del SG-SST
- Todas estas iniciativas se enmarcan en la filosofía “Empleados felices y productivos”

Protegiendo nuestro medio ambiente

- Koba está comprometida con la eficiencia energética como parte de su filosofía “Cada centavo cuenta y cuenta”. Implementa medidas para reducir las emisiones de GEI/huella de carbono con iluminación de bajo consumo y refrigerantes ecológicos

- Koba cuenta con un modelo de operación simplificado que permite la reducción de los residuos generados por sus actividades. A través de su filosofía “Minimización de residuos”, implementa prácticas de separación de residuos para los materiales aprovechables (cartón y plástico) que son

entregados para su reciclaje

- Cuenta con puntos de reciclaje de baterías usadas, las cuales son entregadas al programa nacional de pos-consumo
- Fomenta el uso de bolsas reutilizables en las tiendas, para reducir el consumo de bolsas de plástico

Gestión responsable por grupos interés

- Koba está comprometida con la satisfacción del cliente, ofreciendo un surtido limitado de productos de excelente calidad y precios bajos para contribuir al bienestar de la familia colombiana
- Como parte de su filosofía de “Satisfacción al cliente” cuenta con una política de garantía de productos, el sistema de atención PQR y la divulgación transparente de información sobre sus productos
- Koba lleva un abastecimiento responsable de productos, seleccionando a los mejores proveedores, aplicando prácticas de verificación de calidad y promoviendo prácticas sostenibles (laborales, protección del medio ambiente, salud y seguridad, inclusión, etiquetado)
- La cadena de suministro de Koba es principalmente local, lo que estimula el crecimiento económico regional y el empleo, al tiempo que reduce la huella ambiental
- Koba se compromete a generar valor para la sociedad colombiana, a través de la creación de empleo formal, una oferta de productos de alta calidad y muy buenos

3.1.5 Políticas

Cuenta con los más altos estándares de prevención frente al lavado de activos o financiación del terrorismo y/o grupos armados a través de:

- Comité de convivencia

- Sistema de Administración del Riesgo y Lavado de Activos (SARLAFT), para la identificación, control y monitoreo de los riesgos
- Compromiso de proveedores y acreedores al declarar y garantizar el cumplimiento de la política Anticorrupción y de las regulaciones legales aplicables, al igual que el desarrollo de prácticas de sostenibilidad

3.1.6 Cadena de valor

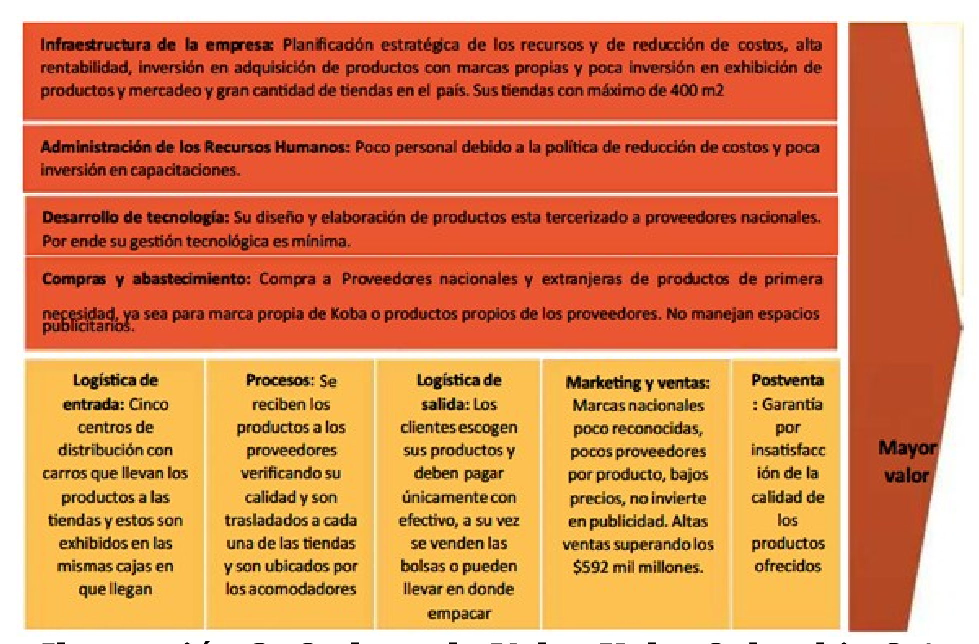


Ilustración 3. Cadena de Valor Koba Colombia S.A.

Fuente: (Borrero, 2022)

3.1.7 Estructura de la empresa

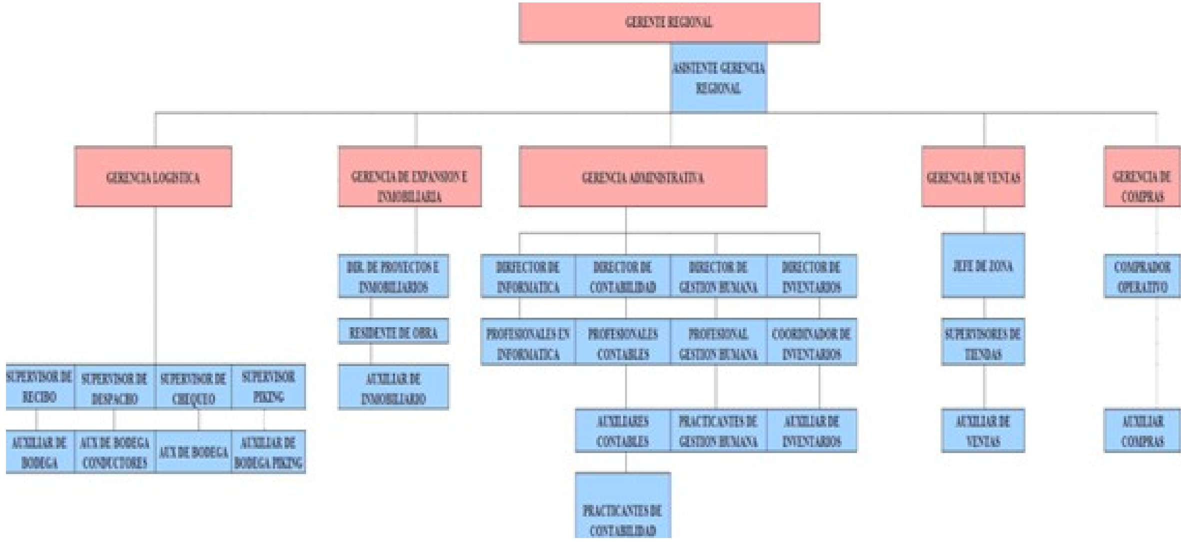


Ilustración 4. Estructura organizacional Koba Colombia S.A.S

Fuente: (Borrero, 2022)

3.1.8 Resultados Corporativos

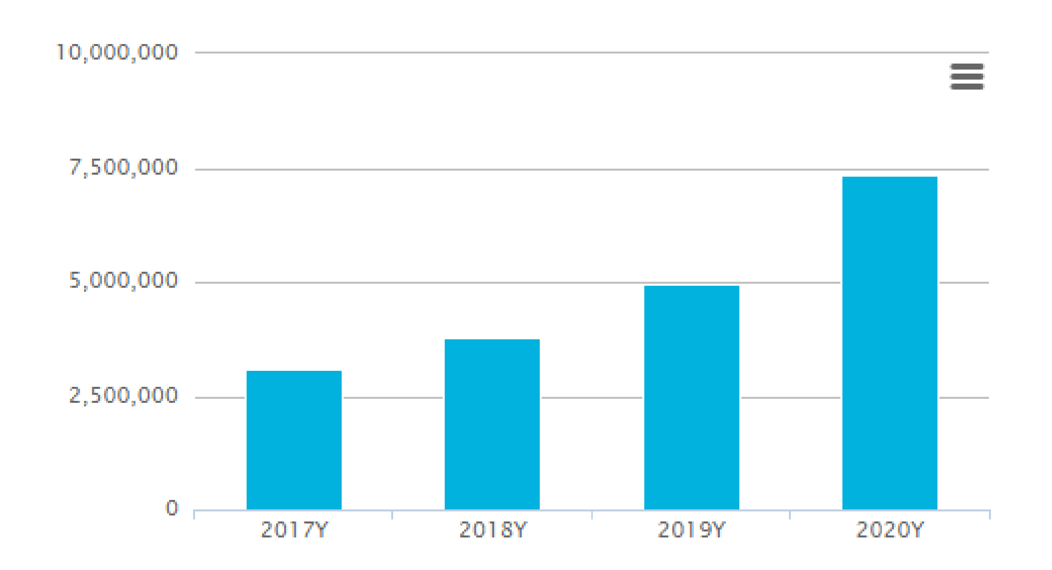


Ilustración 5. Ingresos por ventas Koba Colombia S.A.S

Fuente: (EMIS, 2020)

Koba Colombia tuvo un incremento en ingresos operacionales en 47,9% adicional al crecimiento en EBITDA del 93,39% respectivamente, en cuanto a

activos presentó un incremento en 38,26%, por otro lado a 2020 tuvo una disminución del 0,83% en flujo de efectivo neto en actividades operativas.

Razones financieras:

- Rentabilidad: A 2020 Koba Colombia obtuvo un incremento en rendimiento de activos (ROA) del 2,31%, rentabilidad sobre capital (ROE) -193,25%, Margen de utilidad operativa (ROS) 2,81%.
- Eficiencia: tuvo una disminución en volumen de ventas de inventario del 3,78%, así como disminución 1,71%, compensado con un incremento en facturación de cuentas a pagar comerciales del 6,01%
- Tendencia de crecimiento: para ingresos por ventas 16,93%, cuentas por cobrar disminuye en 41,22%

Entorno Externo

Entorno político

- Política de calidad integrada para los lineamientos internos de la empresa
- Política de la calidad de los productos
- Política corporativa de inclusión de empleados
- Política de contribución al medio ambiente

Entorno económico

- Para 2020 utilidades generadas por 74,496 millones
- Ingresos por ventas $7,352 millones con un incremento en 47,95%
- EBITDA tuvo un incremento de 93,39%

Entorno social y demográfico

- La empresa cuenta con política de inclusión que facilita la generación de empleo
- Cuenta con locales que facilitan acceso a productos de primera necesidad a precios bajos por tanto de fácil acceso para las familias

Entorno tecnológico

En 2018 fue implementado el sistema de pago por datafono facilitando las compras

En 2019 se hizo uso de las redes sociales así como actualización de la página web, facilitando acceso a productos y adquisición

Entorno ambiental

- Cuenta con política de reducción de residuos, utilización de energía solar y neveras ecológicas
- Fomenta el reducido uso de bolsas plásticas

Entorno legal

- Cuentan con sellos meritorios de calidad como BPM – HACCP – ISO 22000 – ISO 9000, Certificado HACCP (Sistema de análisis de riesgos y puntos críticos de control) y BPM (Buenas prácticas de manejo).
- Política de calidad integrada: calidad, gestión ambiental, seguridad de los alimentos, seguridad general, gestión del riesgo, responsabilidad social y empresas responsables.
- Acogimiento de espacios seguros dentro de sus instalaciones que ayudan a prevenir la violencia intrafamiliar y la violencia de género. • Política de devolución de productos si el cliente así lo estima.
- Política de tratamiento de datos personales. (Simbaqueba, 2020).

3.2 Gobierno Corporativo

A través del Gobierno Corporativo, Koba Colombia busca crear y consolidar una cultura basada en la transparencia empresarial, enmarcando su actuación de cara a los grupos de interés en un claro compromiso ético, social, económico y medioambiental.

Cuenta con los más altos estándares y normas de Gobierno Corporativo de prevención frente al lavado de activos o financiación al terrorismo y/o grupos armados. De esta forma, realiza y mantiene sus negocios de manera socialmente responsable, a través de:

- Canales de atención vía correo electrónico como la Línea Ética:

dudas.etica@koba-group.com.

- Comité de Convivencia que, en las elecciones de 2020, tuvo una participación de 6.202 votos a nivel nacional.
- Sistema de Administración del Riesgo del Lavado de Activos y de Financiación del Terrorismo (SAGRLAFT), para la identificación, medición, control y monitoreo de riesgos. El sistema tuvo algunos ajustes en procesos para validación de proveedores.
- El compromiso de proveedores y acreedores al declarar y garantizar el cumplimiento de la Política Anticorrupción y de las regulaciones legales aplicables, al igual que el desarrollo de prácticas de sostenibilidad.
- El Código de Ética y Conducta y la Política Anticorrupción y Soborno han sido constantemente socializados con el 100% de los empleados. (SEMANA, 2019).

3.2.1 Órganos de gestión y administración

Los órganos de gestión y administración corresponden a las personas que asumen las funciones de gobierno, gestión y representación de la Sociedad.

Los propietarios de KOBA Colombia S.A.S, con su marca de Tiendas D1, son las empresas Valorem (60 %) Capital Group Companies (20 %) IHAG Holding (20 %). Por lo que los accionistas mayoritarios tienen la mayor participación en los órganos de gestión y administración (SEMANA, 2019).

3.2.1.1 Junta de accionistas

Tabla 2. Junta de accionistas Koba Colombia S.A.S

Arrubla Marin Luis Felipe	Shareholder board member
Gaudenz Hieronymus Trapp	Shareholder board member
Jorge Alejandro Arboleda Lopez	Shareholder board member
Londono Gutierrez Carlos Arturo	Shareholder board member
Martin Eugenio Diaz Plata	Shareholder board member
Werner Evertsen	Shareholder board member

Fuente: Elaboración propia, adaptado de (EMIS, 2020).

3.2.1.2 Junta directiva

Tabla 3. Junta directiva Koba Colombia S.A.S

Fernando Gonzalez Somoza	Legal Representative
Gustavo Antonio Garcia Cardenas	Alternate Legal
Jorge Augusto Garcia Ulloa	Alternate Legal
Ernst & Young Audit S A S	Fiscal Inspector
Maritza Andrea Maldonado Silva	Fiscal Inspector
Bertha Liliana Acosta Torres	Alternate Fiscal Auditor

Fuente: Elaboración propia, adaptado de (EMIS, 2020).

3.2.1.3 Comités corporativos

- Comité de Ética: Conformado por el presidente de la Compañía, Gerente Financiero Nacional, Gerente Nacional de Compras, un representante de los Gerentes Regionales y el Abogado de la Compañía.
- Comité de Convivencia: En las elecciones de 2020, tuvo una participación de 6.202 votos a nivel nacional.

3.2.2 Código de conducta

El código de ética y conducta de Koba Colombia S.A.S., es un marco

de actuación coherente con los valores y principios corporativos y provee una guía sobre el comportamiento que se espera de todos los miembros de la organización independiente del cargo o función. Este Código de Ética y Conducta es manifestación del compromiso con los accionistas, directivos, colaboradores, proveedores, clientes y demás grupos de interés de La Compañía (KOBA, 2018).

Objetivo: Definir los valores y principios que orientarán el comportamiento de todos los empleados y personas vinculadas a la Compañía, sobre la base de la integridad, disciplina, servicio, innovación, equidad, trabajo en equipo, eficiencia y productividad (KOBA, 2018).

Ámbito de aplicación: Regula la conducta de los altos funcionarios, empleados y colaboradores de Koba Colombia S.A.S., quienes deberán tener presente la Constitución Política de Colombia, las leyes, decretos, resoluciones, normas de la República de Colombia, y los principios y valores éticos adoptados en el código de conducta (KOBA, 2018).

Valores y Principios Básicos: El presente Código acoge los principios de integridad, disciplina, servicio, innovación, equidad, trabajo en equipo, gestión simplificada (eficiencia y productividad) y a los cuales debe sujetarse la actuación de todos los destinatarios de este Código (KOBA, 2018).

Política sobre conflicto de intereses: Esta política trata de evitar que los Altos Funcionarios y Empleados realicen actividades que puedan interferir en el desempeño de sus responsabilidades básicas en la Compañía, creando conflicto de intereses (KOBA, 2018).

Política sobre protección de información confidencial: Tiene como fin proteger aquellas conductas de los Altos Funcionarios y Empleados relacionadas con el manejo de la información confidencial (es decir, información no disponible al público) sobre asuntos y

transacciones comerciales de la Compañía, sus proveedores, accionistas y otros Empleados, a la cual puedan tener acceso en desarrollo de sus actividades (KOBA, 2018).

Comité de Ética: La Compañía tendrá un Comité de Ética, conformado por el presidente de la Compañía, Gerente Financiero Nacional, Gerente Nacional de Compras, un representante de los Gerentes Regionales y el Abogado interno de la Compañía (KOBA, 2018).

Procedimiento para la imposición de sanciones: Para la imposición de las sanciones a Empleados por la violación del presente Código de Conducta, se aplicará lo dispuesto en el Reglamento Interno de Trabajo de la Compañía, y sin perjuicio de las acciones civiles y penales a las que haya lugar de conformidad con la Ley (KOBA, 2018).

- El Comité de Ética comunicará al investigado por escrito y dentro de los tres (3) días hábiles siguientes a su conformación, los hechos que se pretenden investigar con el fin de que rinda sus descargos, presente y solicite pruebas.

- El investigado deberá rendir descargos y/o presentará o solicitará pruebas dentro de los

  cinco (5) días hábiles siguientes a la notificación, vencido este término probatorio, el investigado tendrá diez (10) días hábiles para presentar alegatos ante el Comité. Dentro de los cinco (5) días hábiles siguientes a la presentación de alegatos, el Comité expedirá la decisión correspondiente en el que se resolverá la sanción a imponer de conformidad con el presente Código, si hay lugar a ello.

Dudas, quejas y reporte de violaciones a las normas éticas: Todo trabajador que tenga dudas, quejas y/o reporte de violaciones al Código de Ética y Conducta, o si se le pide que actúe de manera

contraria a lo establecido en este, debe notificar de inmediato a su superior, a la Presidencia o al correo electrónico dudas.etica@koba-group.com.

3.3 Modelo de Negocios

3.3.1 Insumos

Koba Colombia S.A.S. al no realizar la producción directa de sus productos, sino que es en alianza con los proveedores, no tiene como parte de su gestión, especificaciones de los insumos que requiere. Sin embargo, es relevante tener en cuenta que la problemática actual de encarecimiento y escasez de insumos a nivel mundial está afectando a los productores nacionales de alimentos que a la vez son proveedores de las Tiendas D1 (El Tiempo, 2022).

3.3.2 Actividades operacionales clave en negocio

Como parte de las actividades operacionales clave en el negocio de Koba Colombia S.A.S. se encuentra el modelo de tiendas hard discount en Colombia, conocidas como Tiendas D1, logrando posicionarse como la cuarta cadena más grande de retail debido a las ventas totales en el país (SEMANA, 2019).

Esta gestión le ha permitido brindar más de 14 mil empleos, promover la equidad de género y la inclusión de personas con capacidades especiales, alcanzando una cifra de 58 amigos del alma (SEMANA, 2019).

Así mismo, se conoce que tienen 1.600 tiendas D1 en 26 departamentos y 300 municipios en Colombia, y ha logrado una participación del 17% para el año 2020 respecto a la participación en la canasta de bienes de consumo masivo (SEMANA, 2019).

De forma complementaria, en el año 2020 lograron abrir tiendas en

San José del Guaviare, San Andrés, Buenaventura, La Guajira, entre otros, para beneficiar a los compradores y también impulsar la venta de producto nacional, generar empleo y democratizar el consumo.

Al respecto, se conoce que la pandemia generada por el Covid-19 impulsó la necesidad de brindar el servicio a domicilio, por lo que actualmente 180 municipios del país ya cuentan con domicilios y existe la opción de realizar compras en plataforma online (Analitik, 2022).

3.3.3 Producción

La empresa Koba Colombia S.A.S. no produce como tal productos sino que a través de las Tiendas D1 apoya a proveedores 100% colombianos, especialmente de pequeñas empresas quienes se han convertido en sus socios comerciales por medio de la producción y distribución de las marcas propias elaboradoras para Koba Colombia S.A.S. La participación en el mercado de Koba Colombia S.A.S. a través de las tiendas D1 corresponden a un 10%.

Koba Colombia S.A.S. tiene más de 380 proveedores, de los cuales más del 90% son nacionales; mientras que la venta de productos importados es del 8% al 10% de las ventas.

Para el año 2020 se conoce que Tiendas D1 conservó el liderazgo en el sector, pasando del puesto 24 al 13 sobre las empresas que más vendieron en ese año, alcanzando una facturación de 47,9% (Morales , 2022).

3.3.4 Resultados

La empresa Koba Colombia S.A.S. en el año 2019 obtuvo ingresos por una suma de $1.500 millones de dólares, aumentando sus ventas en 18%. Para el año 2020 los ingresos alcanzaron los $1.992 millones de dólares (SEMANA, 2019).



Ilustración 6. Ingresos operacionales Koba Colombia S.A.S

En cuanto al EBITDA se sostuvo con una tendencia positiva, cerrando en 22 millones de dólares para el año 2019 y de 65 millones de dólares para el año 2020 (SEMANA, 2019).

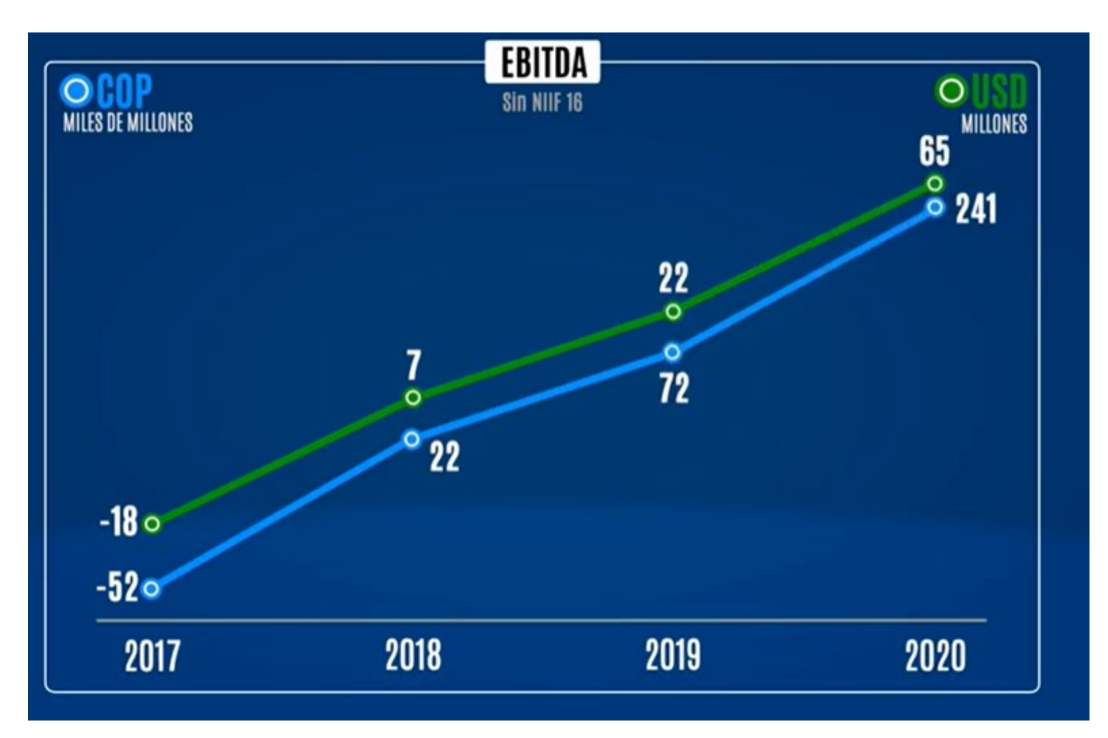


Ilustración 7. EBITDA Koba Colombia S.A.S

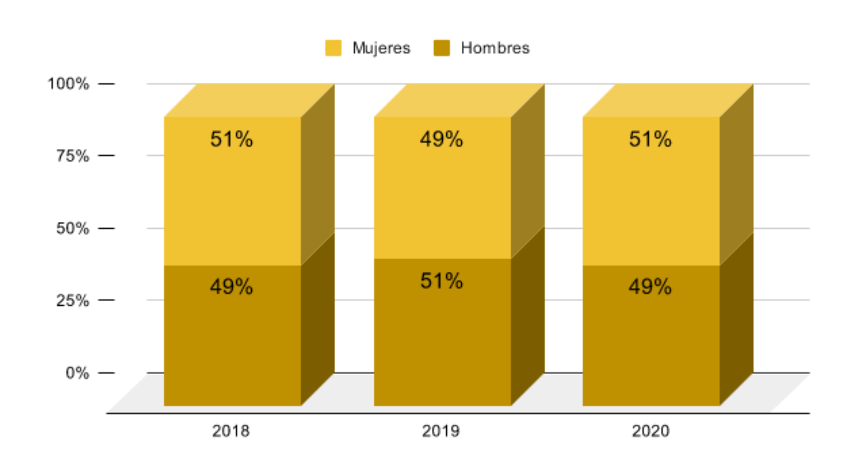


Ilustración 8. Empleo por género.

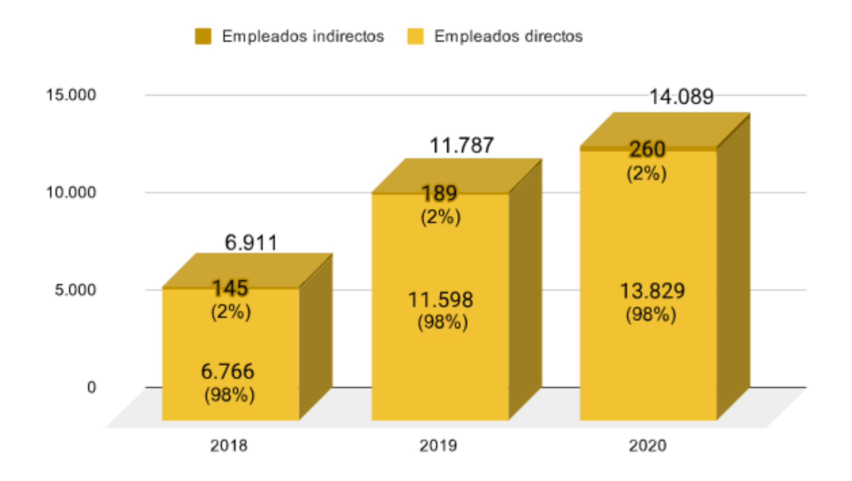


Ilustración 9. Empleabilidad indirectos y directos.

A partir de la gráfica 3 y 4 es posible mencionar que Koba Colombia S.A.S. se ha esforzado por conservar una igualdad de género, tener políticas equitativas y no discriminativas que promuevan el crecimiento de los trabajadores. Para el año 2020, el 51% de la población total correspondieron a las mujeres.

3.3.5 Retos próximo año

Para el año 2022 la empresa KOBA Colombia S.A.S. tiene proyectado que las tiendas D1 lleguen a todo el país permitiendo cifras de negocio cercanas a 2,3 billones de dólares por medio de estrategias de expansión, ampliación del portafolio de productos.

También buscan conservar el crecimiento acelerado a través de la transformación digital; ser una empresa disruptiva; generar valor; ser liderazgo a nivel de mercado y propuesta de valor; ventas por encima del 35% durante los próximos años.

Como parte de los retos de KOBA Colombia S.A.S. también se conoce el fortalecimiento de la cultura de eficiencia energética apoyados en la

optimización del consumo energético y la sostenibilidad ambiental, que a su vez permita brindar a los clientes productos de alta calidad a precios bajos (Espectador, 2022).

Algunas de las estrategias para lograr el uso eficiente son la instalación de bancos de capacitores, generación solar fotovoltaica y uso de energía renovable en centros de distribución, automatización de luminarias, compra de energía en el mercado no regulado de energía, reemplazo de estibadores eléctricos con baterías de mayor eficiencia energética, entre otros (El Espectador, 2022).

Conectado con lo anterior, la compañía tiene el reto de mejorar en las prácticas de sostenibilidad, de forma que puedan brindar productos a excelentes precios y con propuestas de valor sostenibles y eficientes que aporten a un mejor país. Para lograrlo, son conscientes de la importancia de la innovación, la ética, el desarrollo del talento humano, el trabajo en equipo, la simplicidad y la eficiencia (Espectador, 2022).

4. CONCLUSIONES

El pensamiento integrado y los reportes integrados en definitiva son una herramienta necesaria de ser implementada en las organizaciones puesto que les permitirá conocer y entender de una manera holística todo el conjunto y unidades de negocio que interactúan para el logro común de las metas u objetivos trazados por la organización, el trabajo concatenado entre las diferentes áreas ayudara a una mejor toma de decisiones las cuales estarán encaminadas a la generación de valor a corto, mediano y largo plazo.

La generación de valor de manera sostenible se logra a partir del análisis adecuado y oportuno de los diferentes elementos que componen el ámbito organizacional, comprendiendo a cada uno como una pieza sujeta al impacto generado por condiciones económicas y políticas que pueden afectar la continuidad del negocio.

Los indicadores económicos son fuente vital para evaluar el desempeño empresarial, así como el desarrollo de estrategias en pro de crear valor y garantizar futuro para las empresas.

El reporte integrado facilita contar con una visión global para definir la coherencia entre los diferentes procesos, tales como la afinidad de gestión de recursos y la estrategia corporativa enfocada a la consecución de resultados

Es importante mencionar que el pensamiento y los reportes integrados son implementados por la organización y sus grupos de interés para identificar las acciones de la empresa, para informar sobre sus estrategias, su asignación de recursos, su desempeño, sus riesgos, sus oportunidades y

su perspectiva de futuro.

De nuestro estudio logramos concluir que los proveedores han sido unos de los más beneficiados con este modelo de tiendas de descuento en Colombia, toda vez que les ha representado un crecimiento en ventas sin generar mayores traumatismos en sus procesos.

Una gran parte de los consumidores tradicionales de cadenas comerciales y grandes superficies se han inclinado por realizar compras en las cadenas de Hard Discount, atraídos por la promesa de precios bajos, similar calidad, y otros; dando un giro a la forma de adquirir y también comercializar productos de primera necesidad en nuestro país.

Este modelo es una oportunidad para que pequeñas empresas incursionen con sus productos y tengan la oportunidad de darse a conocer y comercializar aprovechando la facilidad que generan las tiendas de descuento.

5. REFERENCIAS

Abeysekera, I. (2013). A template for integrated reporting. *Journal of intellectual Capital, 2*(14), 227-245.

Analitik, V. (Febrero de 2022). *Valora Analitiki*. Obtenido de https://www.valoraanalitik.com/2022/02/01/msci-colcap-avanzando-8-93-corrido-2022-feb01-22/

Borrero, M. &. (Febrero de 2022). Obtenido de file:///C:/Users/dcvelasc/Downloads/toaz.info-d1-koba-tiendas-colombia-pr_9d5c1ee6a7edc37d64dc3e78b4ffcd2e.pdf

Dumay, J., & Dai, T. (2017). Integrated thinking as a cultural control? *Meditri Accountancy Research, 4*(25), 574-604.

El Tiempo, T. e. (19 de Febrero de 2022). *Inflación también esta golpeando las tiendas de bajo costo.* Obtenido de EL tiempo: https://www.eltiempo.com/economia/finanzas-personales/tiendas-d1-la-inflacion-golpea-a-supermercados-de-bajo-costo-651199

EMIS. (20 de Febrero de 2020). *www.emis.com*.

Espectador, E. (Febrero de 2022). *El espectador*. Obtenido de Retos de la sostenibilidad desde el sector privado: https://www.elespectador.com//ambiente/retos-de-la-sostenibilidad-dede-el-sector-privado-article/

Feng, T., Cummings, L., & Tweedie, D. (2017).). Exploring integrated thinking in integrated reporting – An exploratory study in Australia. *Journal of intellectual capital, 2*(18), 330-353.

Knauer, a., & Serafeim, G. (2014). Attractin Long-Term Investors Through Integrated Thinking and Reporting: A clinical study of a Biopharmaceutical Company. *Journal of Applied corpoate Finance, 2*(26), 57-64.

KOBA. (19 de Febrero de 2018). *Código de ética y conducta.* Obtenido de https://d1.com.co/wp-content/uploads/Co%CC%81digo-de-e%CC%81tica-y-conducta.pdf

Melloni, G. (2015). Intellectual capital disclosure in integrated reporting: an impression management analysis. *Journal of intellectual capital, 3*(16), 661-680.

Moolman, J., Oberholzer, M., & Steyn , M. (2016). The effect of integrated reporting on integrated thinking between risk, opportunity and strategy and the disclosure of risks and opportunities. *Southern African Business Review, 1*, 600-327.

Morales , N. (Febrero de 2022). *La Republica*. Obtenido de Nueva EPS e ISA ingresaron al top de las 10 empresas que más vendieron en 2020: https://www.larepublica.co/especiales/las-1000-empresas-mas-grandes-de-2020/las-100-empresas-mas-grandes-y-que-mas-venden-en-2020-3187635#:~:text=Nueva%20EPS%20e%20ISA%20ingresaron%20al

%20top%20de,la%20crisis%20m%C3%A1s%20grande%20en%20la %20industria%20a%

NIBR, W. (2020). *Integrated Reporting for SMEs: Implementation Guidance*. Obtenido de https://www.integratedreporting.org/resource/integrated-%20reporting-for-smes-implementation-guidance/

Oliver, J., Vesty, G., & Brooks, A. (2016). Conceptualising integrated thinking in practice. *Managerial Auditing journal, 2*(31), 228-248.

Ruiz, M., & Tirado, P. (2016). "Do industrial companies respond to the guiding principles of the integrated reporting framework? A preliminary study on the first companies joined to the initiative". *Spanish Accounting review Revista de contabilidad, 2*(19), 252-260.

SEMANA. (19 de Febrero de 2019). *REVISTA SEMANA*. Obtenido de Cinco datos que han hecho crecer a D1 y que quizás no conocía: https://www.semana.com/empresas/articulo/cinco-datos-que-han-hecho-crecer-a-d1-y-que-quizas-no-conocia/274277/

Simbaqueba, S. (2020). *Universidad de La Salle.* Obtenido de https://ciencia.lasalle.edu.co/cgi/viewcontent.cgi?article=1220&context=negocios_relaciones

Tirado Valencia, P., Cordobés Madueño, M. |., Ruiz Lozano, M., & Lama, M. (2018). Pensamiento integrado en el reporting de las entidades del sector publico. transparencia y aportaciones a la sostenibilidad. *Conference: XVIII Encuentro AECA.* Lisboa.

6. ANEXOS

Después de una revisión por parte de los miembros del equipo de trabajo y teniendo en cuenta que el presente trabajo posee información pública, se ha otorgado una licencia que permite uso comercial y de consulta.


Licencia escogida
Atribución 4.0 Internacional
¡Esta es una Licencia de Cultura Libre!
Free Cultural
APPROVED FOR
Works